

Miasta jako obszary recepcji turystycznej

Mirosław Mika

Wprowadzenie

Miasta stanowią szczególną kategorię obszarów recepcji turystycznej. Specyfikę tę podkreśla wielofunkcyjny charakter obszarów miejskich w rezultacie rozwoju różnych działalności społeczno-gospodarczych, niezależnie od ich rangi ekonomicznej i przestrzennej (Maik 1992; Suliborski 2001; Szymańska 2007). Ze względu na zlokalizowane w przestrzeni obiekty i urządzenia turystyczne miasta pełnią funkcję recepcyjną (przyjmującą) w stosunku do uczestników ruchu turystycznego, stanowiąc w ten sposób elementy strukturalne złożonego w skali krajowej i międzynarodowej (globalnej), stale rozwijającego się systemu obszarów recepcji turystycznej.

Ruch turystyczny jest współcześnie ważnym czynnikiem przeobrażeń przestrzennych i funkcjonalnych miejskich ośrodków turystycznych. Ekonomiczna i transformacyjna „siła” turystyki tkwi w jej masowym charakterze, rozmiarach towarzyszącej jej konsumpcji oraz efektach mnożnikowych tworzących się w rezultacie powiązań podmiotów branży turystycznej z innymi sektorami gospodarczymi. Wszelkie działania skierowane na obsługę turystów kształtują funkcję turystyczną miast, która z kolei jest jednym z czynników wspomagających ich rozwój ogólnogospodarczy i społeczny (Matczak 1989).

Równolegle miasta są obszarami „generującymi” wyjazdowy ruch turystyczny, dlatego ich potencjał społeczno-gospodarczy oraz zasoby przestrzeni mogą być rozpatrywane zarówno z punktu widzenia podaży, jak i popytu turystycznego (Liszewski 2007). Obszary miejskie można więc uważać za „areny” stykania się społecznych – grupowych i indywidualnych – migracji motywowanych potrzebami turystycznymi, przez co stanowią one nie tylko miejsca wymiany środków finansowych przeznaczonych na ich realizację, ale także dyfuzji wzorców konsumpcji turystycznej i rozwiązań organizacyjnych w zakresie obsługi ruchu.

O rozwoju i funkcjonowaniu miasta jako ośrodka turystycznego decyduje złożony zespół uwarunkowań oraz czynników endogenicznych i egzogenicznych, wielkość i struktura napływowego ruchu turystycznego, a także charakter funkcji turystycznej oraz jej miejsce w strukturze funkcjonalnej i przestrzennej. W świetle dotychczasowego stanu badań szczególnego znaczenia nabierają takie kwestie problemowe jak: a) ruch turystyczny i jego formy, b) potencjał i atrakcyjność turystyczna miast, c) funkcjonalno-przestrzenne relacje miast z obszarami źródłowymi ruchu turystycznego, d) rozwój turystyczny miasta, e) przestrzeń turystyczna, f) funkcja turystyczna miast, g) funkcje i dysfunkcje turystyki, h) konkurencyjność turystyczna miast oraz i) turystyka jako przedmiot strategicznego zarządzania w miastach.

Ruch turystyczny w miastach i jego formy

Turystyka jest pojęciem złożonym, które obejmuje całokształt stosunków i zjawisk związanych z ruchem turystycznym (Warszyńska 1999). Współcześnie wokół pojmowania „turystyki” narasta jednak coraz więcej niejasności i wieloznaczności. Wynika to przede wszystkim z faktu wyjaśniania uczestnictwa osób w ruchu turystycznym jako formy i sposobu realizacji określonych potrzeb (tzw. potrzeb turystycznych) oraz powiązania podróży turystycznych ze zróżnicowanymi elementami infrastrukturalnymi i wieloma sferami życia społeczno-gospodarczego.

Wyraźne oddzielenie migracji turystycznych spośród ogółu przemieszczeń ludności utrudnia motywacyjne kryterium ich wyróżniania i odnoszenie do socjologicznie pojmowanej kategorii czasu wolnego (*leisure*), w sytuacji cywilizacyjnie uwarunkowanego zacierania się w życiu społecznym i jednostkowym różnicy między czasem przeznaczonym na wykonywanie obowiązków zawodowych i rodzinnych a czasem, który można przeznaczyć na wypoczynek, rozrywkę czy rozwój własnej osobowości. Dodatkowych komplikacji „dostarcza” upowszechnianie się wielofunkcyjnego kierunku działalności obiektów *stricto* turystycznych i świadczeniu przez nie usług niewynikających bezpośrednio z profilu ich działalności, np. oferowanie usług okołobiznesowych w obiektach noclegowych. Tak więc zróżnicowany charakter przyczyn mających swoje źródło zarówno w psychologicznie ujmowanej przyczynie zjawiska migracji turystycznych, jak i w zmieniającej się sytuacji społeczno-gospodarczej współczesnego świata powoduje, że w zakres znaczeniowy „turystyki” włącza się coraz szersze spektrum zjawisk i procesów, które wcześniej za „turystyczne” nie były uważane.

Efektem nieostrości kryteriów definiowania pojęcia „turystyka” jest także brak jednoznacznego określenia osoby „turysty”, szczególnie w miastach, które są celem różnego rodzaju migracji. Ów dylemat terminologiczny ma także swoje źródło w interpretacji zaleceń terminologicznych Światowej Organizacji Turystyki, która dla celów statystycznych przyjęła rozróżnienie osób podróżujących w celach turystycznych na dwie kategorie – „odwiedzających jednodniowych” oraz „turystów”, za których uważa wyłącznie osoby korzystające z noclegu. Przyjęcie takiej wykładni implikuje sytuacje, w których zjawisko ruchu turystycznego jest rozumiane zbyt wąsko, m.in. w toku sporządzania miejscowych (lokalnych) czy regionalnych

planów (strategicznych, operacyjnych) rozwoju turystyki, gdzie problematyka turystyki jednodniowej jest nierzadko pomijana lub traktowana pobocznie. Warto w tym miejscu przytoczyć szeroką definicję „turysty”, jako osoby znajdującej się dobrowolnie czasowo poza miejscem stałego pobytu i środowiskiem związanym z codziennym rytmem życia (*Definicja podstawowych pojęć...* 1979). Wieloznaczność pojęć nakłada każdorazowo wymóg operacyjnego ich dookreślenia. Wynikają z tego również trudności o charakterze metodycznym i metodologicznym w badaniach nad wielkością i strukturą ruchu turystycznego.

Kryterium motywacyjne jest najczęściej stosowaną podstawą różnicowania kategorii ruchu turystycznego (form turystyki). Motywy, którymi kierują się osoby podejmujące podróże turystyczne i realizowane cele wynikają głównie z potrzeb regeneracji sił fizycznych i psychicznych oraz rozwoju własnej osobowości. Sposób i zakres realizacji owych potrzeb (potrzeb turystycznych) zależy z jednej strony od upodobań oraz indywidualnych możliwości uczestników ruchu, a z drugiej od zdolności miasta do ich zaspokojenia. W wielofunkcyjnej przestrzeni miast jest więc możliwy rozwój różnych i równoległe występujących form turystyki. Do najczęściej podawanych motywów odwiedzania miast w czasie wolnym należą: zwiedzanie, udział w wydarzeniach kulturalnych i sportowych, uczestnictwo w obrzędach religijnych, rozrywka, zakupy, załatwianie spraw osobistych, odwiedzanie rodziny i znajomych, edukacja, uczestnictwo w spotkaniach biznesowych, targach i konferencjach. Przeważają wśród nich najczęściej przyjazdy o motywacji poznawczej, związane ze zwiedzaniem zabytkowej części miasta, odwiedzaniem muzeów, galerii, uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych (turystyka poznawcza, turystyka kulturowa). Ważną, a często dominującą rolę odgrywa turystyka biznesowa (kongresowa, targowa). Istotne miejsce zajmują także: turystyka edukacyjna, turystyka religijna, turystyka zdrowotna, turystyka rozrywkowa, a także „miejska turystyka rekreacyjna” i turystyka handlowa.

W przypadku miast szczególnie powinna być podkreślana rola turystycznego ruchu jednodniowego. Mimo że turystyczne migracje jednodniowe nie są związane z wykorzystaniem bazy noclegowej, to jednak w wielu wypadkach ich masowy charakter i powiązanie z innymi sferami życia gospodarczego, głównie handlem, gastronomią i transportem oraz społeczno-kulturalnego (instytucje kulturalne, oświatowe itp.) sprawia, że właśnie ta kategoria ruchu turystycznego jest istotnym źródłem dochodów i ważnym czynnikiem pobudzania lokalnej przedsiębiorczości. Turystykę jednodniową w miastach przyjęło się utożsamiać z przyjazdami poznawczymi, przede wszystkim o charakterze zorganizowanych wycieczek krajoznawczych.

Współcześnie duże znacznie, z ekonomicznego i społecznego punktu widzenia, przypisuje się tzw. jednodniowej miejskiej turystyce rekreacyjnej, przejawiającej się w różnych formach aktywności osób przyjezdnych, m.in. spacerach, spotkaniach towarzyskich w obiektach gastronomicznych, uczestnictwie w wydarzeniach sportowych, zabawie i rozrywce, robieniu zakupów dla przyjemności, a także typowej turystyce handlowej (zakupowej). Jednym z najważniejszych czynników rozwoju „miejskiej rekreacji” jest rozbudowa komercyjnych centrów wielofunkcyjnych oraz rozkwit tzw. życia kawiarnianego i klubowego.

Potencjał i atrakcyjność turystyczna miast

Podstawowe znaczenie dla rozwoju turystyki w miastach ma jego potencjał turystyczny oraz atrakcyjność turystyczna, a także ich subiektywna ocena dokonywana przez turystów. Pojęcia „potencjał turystyczny” i „atrakcyjność turystyczna” w różnych opracowaniach naukowych i planistycznych są nierzadko używane zamiennie jako synonimy lub określenia bliskie w swojej treści. Mimo że oba terminy w znacznym zakresie odnoszą się do tych samych elementów strukturalnych przestrzeni geograficznej, to jednak ich sens jest odmienny. Oba pojęcia mają charakter złożony, dlatego warto w tym miejscu uściślić ich treści znaczeniowe, wskazać konteksty użycia oraz nakreślić związane z nimi problemy badawcze.

Wychodząc zarówno od słownikowego rozumienia terminu „potencjał”, jak i jego dotychczasowego stosowania w dyskusji naukowej nad problematyką turystyczno-rekreacyjnego użytkowania przestrzeni geograficznej, można przyjąć, że zagadnienie „potencjału turystycznego” (rekreacyjnego, turystyczno-rekreacyjnego) odnosi się do możliwości pozytywnej realizacji potrzeb turystycznych (rekreacyjnych) człowieka w obrębie określonego fragmentu przestrzeni (środowiska), rozpatrywanych w stosunku do tych elementów przestrzeni (cech środowiska), które stanowią podstawę aktywności turystyczno-rekreacyjnej (Kistowski 1993; Naumowicz 1993; Przewoźniak 1999; Zajadacz 2004). Pojęcie to wskazuje na potencjalne możliwości oddziaływania istotnych z punktu widzenia rozwoju turystyki cech endogenicznych określonego obszaru wobec podmiotu ruchu turystycznego (turysty). Można więc przyjąć, że potencjał turystyczny miasta wyraża jego zdolność do realizacji potrzeb osób przyjezdnych w celach turystycznych, zarówno tych potrzeb, z których wynikają motywy i cele przyjazdu (motywy i cele turystyczne), jak również potrzeb materialnych i duchowych turystów, związanych z zakwaterowaniem, żywieniem, przemieszczaniem się, informacją i innymi elementami warunkującymi pozytywną realizację ich pobytu na miejscu.

Zaspokojenie potrzeb turystycznych jest uzależnione od występowania w przestrzeni miasta odpowiednich i przydatnych do tego celu elementów – obszarów, miejsc, obiektów tworzących określoną strukturę (elementy strukturalne). Zbiór owych elementów zawiązuje strukturę potencjału turystycznego, na który składają się walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, baza komunikacyjna miasta oraz instytucje społeczne i gospodarcze, które bezpośrednio lub pośrednio mogą przyczyniać się do pozytywnej realizacji potrzeb turystów. Problematyka oceny potencjału turystycznego miasta dotyczy wskazania i wyodrębnienia w przestrzeni miasta tych elementów – obiektów, obszarów, które są użyteczne i mają wartość z punktu widzenia przyciągania ruchu turystycznego. Zagadnienie to w badaniach turystycznych często wkracza także w sferę społeczną obszarów recepcji turystycznej, związaną np. z gościnnością czy poczuciem bezpieczeństwa turystów (por. Zajadacz 2004).

Z kolei przez „atrakcyjność turystyczną” można rozumieć właściwość obszaru lub miejscowości wynikającą z zespołu cech przyrodniczych lub pozaprzyrodniczych, które wzbudzają zainteresowanie i przyciągają turystów (Kurek, Mika

2007). Ową „właściwość” należy rozumieć jako predyspozycję do skutecznego oddziaływania na sferę motywacyjną turystów w procesie decyzyjnym odnoszącym się do kierunku wyjazdu. Tak więc atrakcyjność turystyczna miasta określa jego zdolność do przyciągania ruchu turystycznego jako rezultatu grawitacyjnego oddziaływania w stosunku do uczestników ruchu obiektywnie istniejących w jego przestrzeni warunków przyrodniczych, społecznych, kulturowych i gospodarczych, połączonych z ich subiektywną oceną przez turystów. To właśnie owa „siła przyciągania” lub „siła magnetyczna” obiektu, miejsca czy obszaru decyduje o wielkości i strukturze turystycznego ruchu przyjazdowego. Wpływają na nią zarówno walory turystyczne, stopień zagospodarowania, zróżnicowane funkcje miasta, a także zewnętrzna dostępność komunikacyjna. Koniecznym warunkiem jest jednak indywidualnie i psychologicznie ukierunkowany, pozytywny odbiór potencjału turystycznego miasta przez turystów.

Atrakcyjność turystyczna ma złożony charakter. Może być rozpatrywana w ujęciu uniwersalnym lub względnym (Warszyńska 1974). Jej uniwersalne znaczenie odnosi się do ogółu turystów w kontekście rozwoju ogólnoturystycznego, w tym przypadku miast. Natomiast w podejściu względnym ocenę atrakcyjności turystycznej przestrzeni geograficznej (lub jej części) dokonuje się z punktu widzenia poszczególnych form turystyki (kategorii motywacyjnych ruchu turystycznego) oraz wyspecjalizowanych kierunków rozwoju obszarów recepcyjnych. Ocena atrakcyjności turystycznej miasta powinna być przeprowadzona kompleksowo, ze wskazaniem tych elementów, które oddziałują pozytywnie względem ruchu turystycznego, jak i tych, które stanowią barierę jego rozwoju. Współcześnie coraz częściej podkreśla się rolę działań marketingowych w tym procesie, które są ukierunkowane na tworzenie i kształtowanie „medialnego” wizerunku miast.

Do głównych elementów kształtujących atrakcyjność turystyczną miast, a wynikających z ich potencjału można zaliczyć architekturę i układ urbanistyczny, w tym zespoły zabytkowej architektury w formie dzielnic historycznych, dzielnice nowoczesne, obiekty kulturalne (teatry, kina, opery, muzea, galerie), obiekty sakralne, dzielnice etniczne, festiwale, różnego rodzaju imprezy sportowe i kulturalne, atmosferę miasta, potencjał naukowy i akademicki, stan ilościowego i jakościowego rozwoju bazy noclegowej i towarzyszącej, różnorodność obiektów gastronomicznych, rozwój przedsiębiorczości, centra handlowe, obiekty rozrywkowe (np. centra rozrywkowe, kluby, dyskoteki), obiekty sportowe, funkcjonowanie węzła komunikacyjnego. Ważnym elementem atrakcyjności wielu miast jest tzw. życie nocne (Mika 2007b). Specyfikę atrakcyjności wielkich aglomeracji podkreślają wyjątkowe w skali ogólnoswiatowej formy architektoniczne, których skupienia występują w obrębie dzielnic administracyjno-biznesowych, tzw. dzielnic „drapaczy chmur” (*city*).

Turystyczny ruch przyjazdowy do miast najczęściej jest związany z posiadanymi przez nie zasobami kulturowymi o randze krajowej lub międzynarodowej. W globalizujących i upodabniających się ośrodkach miejskich właśnie dziedzictwo kulturowe jest najbardziej dostrzegalnym elementem różnicującym ich potencjał turystyczny. Szczególna rola przypada w tym względzie miastom historycznym

(*historic city*) lub szerzej „miastom dziedzictwa” (Ashworth 1997), z których każde dysponuje unikatowym zestawem cech historycznych i urbanistycznych, połączonych z jego – nierzadko wyjątkowym – charakterem społecznym i kulturowym. Zachowane lub odtworzone materialne wartości dziedzictwa nie są odizolowane, funkcjonują w ramach szerokiego spektrum funkcji miasta. Mając na uwadze wielkość miasta, zestaw jego funkcji, pozycję w systemie osadniczym, a także relacje pomiędzy zachowanymi zasobami historycznymi a elementami „wykreowanymi” w przestrzeni miast w rezultacie zapotrzebowania na dziedzictwo, G. Ashworth (1997) zaproponował podział miast historycznych na: a) małe miasta funkcjonujące jedynie w oparciu o istniejące zasoby historyczne, które determinują jego rozwój i funkcje; b) miasta odtwarzanego (kreacji) dziedzictwa, poprzez jego odnowę, rekonstrukcję, przebudowę, adaptację oraz projektowanie nowych obiektów w duchu starej architektury; c) wielofunkcyjne miasta średniej wielkości, w których przestrzennie wyróżniające się dziedzictwo (dzielnica zabytkowa, historyczna) współistnieje z wieloma innymi funkcjami miejskimi; d) duże metropolie, w których elementy i funkcje historyczne, często o najwyższej randze światowej, ustępują innym funkcjom miasta, a ich występowanie w obrębie przestrzeni ogranicza się do odróżniających się morfologicznie i przestrzennie dzielnic, tzw. „wysp dziedzictwa”.

Historyczna część miasta, jako „historyczny rdzeń”, tworzy zabytkową dzielnicę centralną – tzw. stare miasto (dzielnica staromiejska, śródmiejska). Współcześnie turystyczna aktywizacja śródmiejskich dzielnic centralnych odbywa się poprzez łączenie ich wartości zabytkowych z szeroką ofertą handlową (*retail-mix*; *handel-mix*) i organizacją (kreacją) licznych wydarzeń kulturalnych (Jansen-Verbeke, Lievois 2001). Różnorodność obiektów i sposobów prowadzenia działalności handlowej w połączeniu z zabytkową tkanką miasta jest jedną z najwyżej ocenianych przez turystów cech miasta w kontekście jego atrakcyjności turystycznej. Strategia łączenia owych elementów ma w wielu wypadkach na celu podtrzymanie turystycznej funkcji dzielnic centralnych i przeciwdziałanie konkurencji ze strony wielofunkcyjnych obiektów handlowo-rozrywkowych. Historyczne dzielnice śródmiejskie stanowią zazwyczaj główne obszary aktywności turystycznej w przestrzeni miast (Getz 1993). Z uwagi na występujące w ich obrębie sprzyjające warunki dla różnych form aktywności turystyczno-rekreacyjnych są określane jako centralne dzielnice aktywności turystycznej (*tourist business district*). Przestrzenie publiczne tych dzielnic są także głównym miejscem spotkania grup społecznych turystów i mieszkańców.

Walory turystyczne miast nie ograniczają się jedynie do elementów kulturowych. W wielu wypadkach decydującą rolę w przyciąganiu ruchu turystycznego odgrywają cechy przyrodnicze, ze względu na bliskość (sąsiedztwo, otoczenie) terenów rekreacyjnych, np. nadmorskich, górskich czy też występowanie w obrębie miasta sprzyjających dla rozwoju funkcji leczniczej tworzyw uzdrowiskowych. Nie bez znaczenia są także walory przyrodnicze o wartościach poznawczych, szczególnie w formie przystosowanych do zwiedzania ogrodów zoologicznych, botanicznych czy parków zabytkowych.

Przemiany, jakie dokonują się w zakresie potrzeb, wartości, organizacji życia i modelu konsumpcji współczesnych społeczeństw krajów rozwiniętych spowodowały, że do rozwoju turystyki w miastach istotnie przyczyniają się obecnie wielofunkcyjne centra rozrywkowe i handlowe. Atrakcyjność tych obiektów polegająca na łączeniu oferty handlowej, kulturalnej, gastronomicznej i wyjątkowej pod względem form i aranżacji przestrzeni sprawia, że są one jednymi z najczęściej wybieranych miejsc spędzania wolnego czasu (Wilk 2003). Ważną rolę w przyciąganiu ruchu turystycznego pełnią także duże imprezy sportowe i wydarzenia kulturalne, przede wszystkim o charakterze festiwalu (ulicznych, filmowych) i koncertów muzyki popularnej. Są one szczególnie ważnymi elementami z punktu widzenia marketingu turystycznego miast i medialnego (wizerunkowego) kształtowania ich atrakcyjności.

Czynnikami rozwoju turystyki w dużych aglomeracjach są także pełnione przez nie funkcje metropolitalne – m.in. funkcja polityczna, administracyjna, kulturalna, naukowa, gospodarcza, finansowa czy funkcja komunikacyjna. Istotnym elementem jest także rozwój przedsiębiorczości oraz lokalizacja siedzib koncernów gospodarczych, a także organizowane spotkania biznesowe w formie targów, wystaw gospodarczych i spotkań kongresowych. Rozwój funkcji metropolitalnych miast przyczynia się do wzrostu kontaktów społecznych, a tym samym intensyfikacji ruchów migracyjnych. Z punktu widzenia międzynarodowego ruchu turystycznego szczególnie ważną rolę odgrywają miasta dysponujące portami lotniczymi i morskimi (miasta-wrota), pełniące funkcję węzłów komunikacyjnych (*hub*) oraz „bram” wjazdowych do poszczególnych krajów.

Przedstawione zagadnienia nie wyczerpują złożonej problematyki potencjału i atrakcyjności turystycznej miast. Różnorodność miejskich form organizacji życia społecznego i gospodarczego utrudnia ich jednoznaczne sklasyfikowanie i naukowe uporządkowanie z punktu widzenia rangi funkcjonalnej. Implikuje to także problemy w kwestii jednoznacznego wyróżnienia z ogółu ośrodków miejskich tych miast, którym można nadać określnik „turystyczne” oraz przeprowadzenia ich typologii.

Miasta a obszary źródłowe ruchu turystycznego

Wielkość i struktura przyjazdowego ruchu turystycznego do miast zależą od dwóch genetycznie i lokalizacyjnie różnych czynników i uwarunkowań. Z jednej strony są to czynniki egzogeniczne kształtujące popyt turystyczny na obszarach emisyjnych, tzw. rynkach wysyłających, które mają swoje źródło w złożonym zespole uwarunkowań społecznych, kulturowych, gospodarczych i politycznych wpływających na dokonywane indywidualnie przez potencjalnych turystów wybory konkretnych miejsc jako celów podróży. Oddziałują one na wielkość i charakter popytu turystycznego (tzw. czynniki wypychające). Drugi zespół czynników i uwarunkowań ma charakter wewnętrzny i jest związany z przedstawionymi wcześniej zagadnieniami potencjału i atrakcyjności turystycznej. Wynika z nich zdolność miast do przyciągania i recepcji ruchu przyjazdowego (tzw. czynniki przyciągające). Im wyższa ranga miasta w systemie ośrodków recepcji turystycznej, tym bardziej złożony zespół warunków zewnętrznych decyduje o wielkości,

strukturze i kierunkach ruchu przyjazdowego, co implikuje także większe trudności w jego prognozowaniu.

Ważnym zagadnieniem funkcjonowania miasta jako obszaru recepcji turystycznej jest rozpoznanie charakteru i przestrzennego zakresu jego powiązań z obszarami źródłowymi migracji turystycznych, a także jego rola jako ośrodka rozrządowego ruchu turystycznego w stosunku do pozostałej części kraju oraz miejscowości i obszarów turystycznych zlokalizowanych w regionalnym otoczeniu. Na ogół przyjmuje się, że siła oddziaływania określonego miejsca w stosunku do obszarów popytu turystycznego ma bezpośredni związek z: a) charakterem jego potencjału turystycznego, b) dostępnością czasową, wyrażaną czasem przeznaczonym na dojazd oraz c) zakresem i charakterem informacji, jaka dociera do potencjalnych turystów, m.in. w efekcie działań marketingowych (Gallarza i in. 2002; Mazurkiewicz 2007; Richards 2002).

W rezultacie przepływu migracji turystycznych z ich obszarów źródłowych do recepcyjnych dochodzi do zawiązania się między nimi sieci relacji wiążących na odległość, o charakterze powiązań, oddziaływań, sprzężeń oraz związków funkcjonalnych. Im bardziej złożony charakter mają te związki, tym większa różnorodność form ruchu turystycznego jest obserwowana w miejscach jego koncentracji. Z kolei utrzymywanie owych relacji jest koniecznym warunkiem trwałego rozwoju miasta jako ośrodka recepcji turystycznej.

Oddziaływanie grawitacyjne miasta względem obszarów źródłowych ruchu turystycznego można rozpatrywać w trzech skalach przestrzennych: regionalnej, krajowej i międzynarodowej (Mika 2007b). Zakres regionalny oddziaływania (relacji) dotyczy jego najbliższego otoczenia i obejmuje zazwyczaj strefę podmiejską oraz sąsiednie aglomeracje o dobrych warunkach dostępności komunikacyjnej. Ruch turystyczny z tych obszarów cechują zazwyczaj krótkie, jednodniowe, a często tylko kilkugodzinne pobyty, głównie w celach handlowych, rozrywkowych, administracyjnych lub w celach związanych z uczestnictwem w życiu kulturalnym, religijnym i naukowym miasta. Zakres oddziaływania w skali krajowej wynika z pozycji określonego miasta w sieci osadniczej i w systemie społeczno-gospodarczym kraju (np. stolica) oraz rangi jego walorów turystycznych w systemie dziedzictwa narodowego. Podstawowa rola w przyciąganiu ruchu krajowego przypada zlokalizowanym w mieście zabytkom architektury i zbiorom muzealnym będącym częścią ogółu dóbr kultury danego państwa, a także wyższym uczelniom, obiektom kultu religijnego, centrom konferencyjnym, wystawowym oraz potencjałowi gospodarczemu. Zakres oddziaływania w skali międzynarodowej jest związany bezpośrednio z atrakcyjnością miasta dla turystyki zagranicznej. Najlepsze potencjalne warunki przyciągania międzynarodowego ruchu turystycznego mają centra historyczno-krajoznawcze, miasta-ośrodki wypoczynkowe, miasta-uzdrowiska oraz wielkie metropolie, ze względu na ich światową rangę jako ośrodków gospodarczych, kulturowych, naukowych oraz pełnione funkcje polityczne i komunikacyjne. O randze określonego ośrodka miejskiego w międzynarodowym (kontynentalnym, globalnym) systemie miejskich obszarów recepcji turystycznej decyduje skala jego ponadkrajowych powiązań przestrzenno-funkcjonalnych w zakresie przepływu migracji turystycznych.

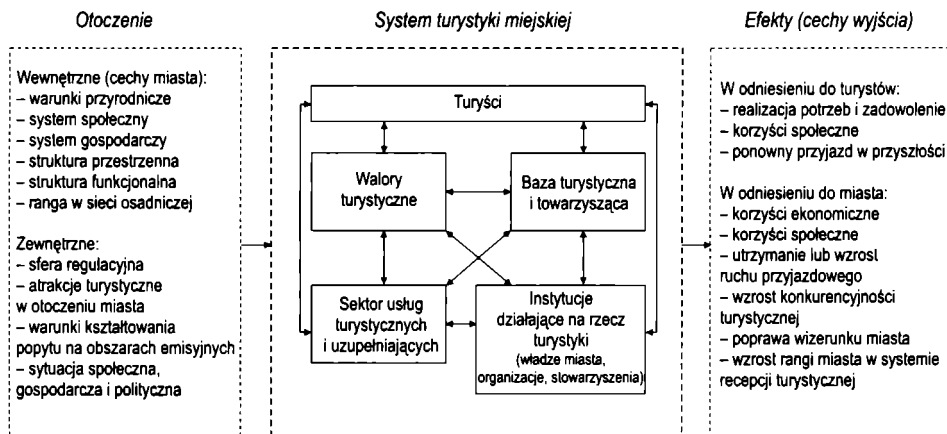
Funkcjonalny charakter mają także związki (relacje) miasta z jego regionalnym otoczeniem, szczególnie miejscowościami i miejscami, które stanowią potencjalne cele krótkookresowych wyjazdów przebywających w nim turystów. Miejsca te mogą także pełnić rolę zaplecza recepcyjnego w stosunku do miasta centralnego, ze względu na zlokalizowane tam obiekty noclegowe. Zagadnienie powiązań miasta z położonymi w jego pobliżu atrakcjami turystycznymi ma duże znaczenie z punktu widzenia możliwości wydłużania czasu pobytu turystów i zwiększania efektów ekonomicznych turystyki, głównie w kontekście zagranicznej turystyki przyjazdowej. Duże miasta funkcjonują także jako wrota i węzły rozrządowe ruchu turystycznego w skali krajowej, dlatego ich rangę funkcjonalną należy rozpatrywać w kontekście aktywizacji turystycznej innych regionów.

Pojęcie turystyki miejskiej. Rozwój turystyczny miasta

Dotychczasowa terminologia turystyczna nie podaje jednoznacznego określenia „turystyki miejskiej”. W relacji miasto – turystyka przyjazdowa wyróżnia się trzy kategorie pojęć: „turystyka w mieście”, „turystyka na obszarach miejskich” oraz „turystyka miejska”. Według A. Kowalczyka (2003a) najszerszym znaczeniowo określeniem jest „turystyka na obszarach miejskich”, za które można rozumieć: a) wszystkie formy turystyki, które mają miejsce na terenach miejskich, b) formy turystyki związane z występującymi na obszarach miejskich walorami i zagospodarowaniem turystycznym, c) turystykę, której celem jest odwiedzanie i poznawanie miasta traktowanego jako dziedzictwo kulturowe i uznawanego za niepodzielny element przestrzeni turystycznej. Równocześnie proponuje, aby za turystykę miejską uznać wszelkie formy turystyki, które odnoszą się do tych elementów przestrzeni miasta, które są „wytworem” ludzkiej działalności, a więc do szeroko rozumianego dziedzictwa kulturowego i jego wymiaru symbolicznego, który z kolei wyraża się w indywidualnie odbieranym przez turystów *genius loci*. W praktyce terminy „turystyka miejska” i „turystyka w mieście” są często stosowane zamiennie. Wdaje się jednak, że konieczne jest ich rozróżnienie. Jeżeli przyjąć, że istotę turystyki miejskiej odnosi się do kwestii przyjazdowego ruchu turystycznego oraz jego form, które są realizowane w bezpośrednim powiązaniu z walorami oraz bazą turystyczną miasta, to pojęciu „turystyka w mieście” należy nadać szersze znaczenie, bowiem określenie „w mieście” wskazuje na wszelkie przejawy migracji turystycznych, które są realizowane w przestrzeni miasta, zarówno skierowane ku niemu, jak i turystyczny ruch tranzytowy. Według M. Baczwara (1999) specyficznymi cechami turystyki miejskiej (w mieście) są: a) krótkie pobyty gości, b) mniej wyraźna sezonowość w porównaniu z obszarami wypoczynkowymi, c) znaczny, a nierzadko dominujący udział obcokrajowców, d) stosunkowo duże wydatki turystów, e) istnienie w miastach wykwalifikowanej kadry do obsługi ruchu turystycznego, f) możliwość wykorzystania istniejącej infrastruktury bez konieczności znacznych nakładów finansowych.

„Turystyce miejskiej” można także przyporządkować szersze znaczenie – jako podsystemu (systemu) funkcjonującego w obrębie złożonego systemu miasta

(nadsystemu), na który składają się wszystkie uwarunkowania oraz przejawy aktywności turystycznej. Za system uważa się zbiór obiektów uporządkowanych, tak ściśle powiązanych i oddziałujących na siebie, że stanowią pewną całość wyróżniającą się ze swego otoczenia (Lisowski 2003). Systemy są identyfikowane przez ich skład, strukturę, właściwości oraz otoczenie. W przypadku turystyki rolę systemotwórczą przypisuje się ruchowi turystycznemu (Matczak 1992). Składnikami proponowanego systemu turystyki miejskiej są: a) turyści, b) walory turystyczne, c) szeroka materialna baza turystyki (baza turystyczna i towarzysząca), d) wszelkie podmioty gospodarcze zaangażowane w obsługę turystów oraz e) instytucje działające na rzecz rozwoju turystyki przyjazdowej (ryc. 1). Tak pojmowany system turystyki ma charakter realny, otwarty, przestrzenny i funkcjonalny. Zajmuje określoną przestrzeń, a o jego istocie decydują relacje wiążące poszczególne elementy układu. Owe relacje zawiązujące strukturę systemu mają zarówno charakter przestrzenny (lokalizacja obiektów i rozkład ruchu turystycznego w przestrzeni miasta), jak i dynamiczny wynikający z: powiązań jego elementów w celu realizacji potrzeb turystycznych, oddziaływań modyfikujących (np. zachowania podmiotów gospodarczych i turystów czy przekształceń w przestrzeni miasta) oraz wewnętrznych sprzężeń. Za celowość wyodrębnienia takiego systemu można przyjąć osiągnięcie stanu zadowolenia przez turystów z realizacji ich potrzeb



Ryc. 1. Systemowe ujęcie turystyki miejskiej

Fig. 1. System approach to urban tourism

Źródło: opracowanie własne. Source: author's own study.

oraz uzyskanie korzyści ekonomicznych przez mieszkańców i działające w mieście podmioty gospodarcze. Jego właściwością jest duży stopień złożoności oraz zmienność w czasie wynikająca z cykliczności zjawisk turystycznych. Z kolei otoczenie systemu należy rozpatrywać na płaszczyźnie wewnętrznej i zewnętrznej, składa się na nie sfera regulacyjna, inne systemy funkcjonujące w mieście, a także szerokie spektrum uwarunkowań determinujących popyt turystyczny na obszarach emisyjnych. W ramy otoczenia systemu turystyki miejskiej należy także włą-

czyć wszystkie obszary, miejscowości i atrakcje turystyczne, które mogą stanowić potencjalny cel jednodniowych wyjazdów przebywających w mieście turystów.

Kolejną ważną kwestią jest identyfikacja i ocena turystycznego rozwoju miasta, połączona z poszukiwaniem jego prawidłowości i ewentualnych progów. Pojęcie „rozwoju” jest rozumiane jako ciąg (sekwencja) ukierunkowanych i nieodwracalnych zmian dokonujących się w strukturze obiektów złożonych (Chojnicki 1999). Zmiany mogą mieć charakter ilościowy, co odpowiada przyrostowi lub wzrostowi liczby określonych elementów oraz jakościowy, w odniesieniu do ich cech i właściwości. Przyjmując takie rozumowanie, jako rozwój turystyczny miasta można uważać całokształt zmian ilościowych i jakościowych, które dokonują się w przestrzeni miasta w rezultacie: a) jej przystosowania na cele recepcji turystycznej, b) zmian w wielkości i strukturze migracji turystycznych skierowanych do niego oraz c) przemian, jakie dokonują się w życiu społecznym i gospodarczym na skutek przyjazdowego ruchu turystycznego. W ujęciu systemowym rozwój turystyki miejskiej można określić jako przechodzenie systemu od jego niższych form do wyższych oraz od struktur prostszych w kierunku jego wyższej złożoności i skomplikowania. Zatem pełne oceny i prognozy rozwoju turystycznego obszarów recepcyjnych powinny uwzględniać zarówno jego aspekty ilościowe, jak i jakościowe.

Przestrzeń turystyczna w miastach

Rozwój turystyki w miastach przyczynia się do wykształcenia w ich obrębie funkcjonalnie wyróżniającej się przestrzeni turystycznej (Liszewski 1995; Warszńska 1999). W granicach administracyjnych miast przestrzeń turystyczna występuje zarówno w obrębie przestrzeni miejskiej o cechach zurbanizowanych, jak i w przestrzeni nieurbanizowanej (przyrodniczej) lub słabo zurbanizowanej (rolniczej), które z punktu widzenia formalnego do miast należą. Ilościowy i jakościowy rozwój przestrzeni turystycznej miasta zachodzi wraz ze stałym rozwojem i kształtowaniem się przestrzeni miejskiej. Przestrzeń miejska, jako typ podprzestrzeni geograficznej, odznacza się specyficzną organizacją, funkcją, fizjonomią oraz statusem prawnym. Głównym atrybutem owej przestrzeni jest jej urządzenie zgodne z indywidualnymi i zbiorowymi potrzebami mieszkańców miast (Liszewski 1999). Zakresem nie zawsze odpowiada powierzchni administracyjnej miasta, bowiem w wielu wypadkach obejmuje przestrzeń, która z formalnego punktu widzenia nie posiada cech typowo miejskich.

Zdaniem J. Warszńskiej (1999) przestrzeń turystyczna bazuje na obiektach i zjawiskach przyrodniczych na zasadzie doboru umotywowanego potrzebami społeczno-ekonomicznymi. Wykorzystując walory przyrodnicze i antropogeniczne, adaptuje się je do specyficznych wymogów turystyki, tworząc infrastrukturę techniczną i osadniczą oraz różnorodne sieci organizacyjne. Pod pojęciem przestrzeni turystycznej rozumie się część przestrzeni geograficznej, tj. przestrzeń fizycznogeograficzną, społeczną, kulturową, gospodarczą, w obrębie której zachodzą zjawiska turystyczne. Tworzą ją „elementy pierwotne”, wyjściowe stanowiące

o jej pierwotnej wartości dla celów turystycznych, określone pojęciem „walory turystyczne”, oraz „elementy wtórne” warunkujące lub ułatwiające realizację potrzeb turystycznych. „Elementy pierwotne” dzielą się na dwie grupy, odrębne pod względem genetycznym. Do pierwszej należą składniki środowiska przyrodniczego ujmowane w kategorii użyteczności turystycznej: stosunki hipsometryczne, klimatyczne i wodne, szata roślinna, świat zwierzęcy; drugą grupę stanowią ukształtowane historycznie, materialne i duchowe cechy kulturowe. Na „elementy wtórne” składają się wszelkie urządzenia infrastruktury technicznej i organizacyjnej służące turystom do zaspokojenia ich potrzeb materialnych i duchowych. „Elementy pierwotne” i „elementy wtórne” decydują o atrakcyjności turystycznej danego obszaru (Warszyńska 1999). Tak rozumiana przestrzeń turystyczna jest przestrzenią realną, a tworzy ją zbiór obiektów, miejsc i obszarów będących w relacji użyteczności, rozumianej jako zdolność do realizacji potrzeb względem podmiotu ruchu turystycznego.

Rozwijając powyższą definicję J. Warszyńskiej, można przyjąć, że przestrzeń turystyczną tworzy zbiór obiektów i fragmentów przestrzeni geograficznej mających wartość z punktu widzenia pozytywnej realizacji potrzeb turystów, z których wynikają motywy przyjazdu, jak również innych potrzeb materialnych i duchowych, związanych np. z zakwaterowaniem, żywieniem, przemieszczaniem się czy informacją. Tak rozumiana przestrzeń turystyczna miasta stanowi odwzorowanie jego potencjału turystycznego w przestrzeni geograficznej, a wartość jej elementów określa funkcja biologicznie i kulturowo determinowanych potrzeb człowieka. Jest rezultatem wartościowania, a dopiero w konsekwencji – użytkowania przestrzeni geograficznej na cele turystyczne.

Nieco inaczej przestrzeń turystyczną ujmują: S. Liszewski (1995) i B. Włodarczyk (2009), którzy odnoszą jej sens znaczeniowy do tych fragmentów przestrzeni geograficznej, które są użytkowane na cele turystyczne oraz elementów będących wytworem człowieka użytkującego dla celów turystycznych środowisko geograficzne i społeczne. Motywem zaistnienia (powstania) i rozwoju takiej przestrzeni turystycznej są potrzeby wypoczynku, poznania i doznania przeżyć. Składają się na nią elementy przyrodnicze powłoki ziemi (środowisko naturalne), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku (środowisko gospodarcze), a także środowisko człowieka w rozumieniu społecznym.

W obu podejściach przestrzeń turystyczna jest uznawana za funkcjonalnie wyróżniającą się podprzestrzeń przestrzeni geograficznej i społecznej (Liszewski 1995; Warszyńska 1999; Warszyńska, Jackowski 1978; Włodarczyk 2009). Podstawowymi cechami przestrzeni turystycznej są: a) brak stabilności wynikający z dynamizmu zjawisk turystycznych i ich cyklicznego rozwoju w czasie; b) duża różnorodność w zakresie środowiska przyrodniczego, cech kulturowych oraz form zagospodarowania turystycznego, a także c) nieciągłość, bowiem tworzy ją zbiór rozproszonych elementów powiązanych funkcjonalnie.

Przestrzeń turystyczna ma swoją strukturę oraz wewnętrzną organizację. Na jej strukturę składają się: a) składniki środowiska przyrodniczego, ujmowane w kategorii użyteczności turystycznej; b) ukształtowane historycznie, materialne

i duchowe cechy kulturowe oraz c) wszelkie urządzenia infrastruktury technicznej i organizacyjnej, służące turystom do zaspokojenia ich potrzeb materialnych i duchowych. Z kolei na strukturę organizacyjną przestrzeni turystycznej składają się: ciągi, obiekty, rdzenie, obszary, strefy i systemy (Warszyńska, Jackowski 1978; Liszewski 1995). W przestrzeni turystycznej miast zachodzą liczne procesy, m.in. koncentracji, dekoncentracji, dyfuzji, ekspansji, hierarchizacji, specjalizacji, ciążenia grawitacyjnych (Liszewski, Baczwarow 1998).

Funkcja turystyczna miast. Miasto jako ośrodek turystyczny

Podstawowymi przestrzennymi formami recepcji ruchu turystycznego są miejscowości turystyczne, za które uważa się jednostki osadnicze stanowiące punkty docelowe lub etapowe migracji turystycznych. Mianem ośrodka turystycznego określa się miejscowość turystyczną charakteryzującą się wysokim stopniem zagospodarowania turystycznego i dysponującą szerokim profilem usług związanych z obsługą ruchu turystycznego, w której funkcja turystyczna ma charakter przewodni (Warszyńska, Jackowski 1978).

Przez funkcję turystyczną miasta rozumie się wszelką działalność społeczno-ekonomiczną, skierowaną na obsługę turystów, z której wynika jego zdolność do zaspokajania potrzeb turystycznych (Matczak 1989). Ogół działań usługowych i organizacyjnych skierowanych na obsługę turystów stanowi część bazy ekonomicznej miasta. Mimo że ich realizacja odbywa się na miejscu, to jednak dotyczy osób przybywających z zewnątrz, ma więc charakter działalności egzogenicznej. Wynikają z niej określone korzyści finansowe dla podmiotów i mieszkańców. Realizowanie funkcji egzogenicznej w obrębie przestrzeni miasta odbiega od klasycznego ujęcia teorii bazy ekonomicznej (Dziwoński 1971), co m.in. podkreśla specyfikę funkcji turystycznej w stosunku do innych funkcji bazowych obszarów recepcyjnych.

W miejscowościach, które są celem przyjazdów turystycznych, funkcja turystyczna w stosunku do innych funkcji społeczno-gospodarczych może mieć rangę główną, równorzędną, uzupełniającą bądź dodatkową (Jackowski 1981; Warszyńska 1985). O roli, jaką turystyka odgrywa w systemie gospodarki lokalnej, decydują nie tylko walory turystyczne, stan zagospodarowania, natężenie ruchu turystycznego, ale także wielkość miasta. W przypadku średnich i dużych ośrodków wielofunkcyjnych rzadko dochodzi do sytuacji, aby turystyka miała rangę podstawową w ich strukturze funkcjonalnej. Wyjątkami są miasta wyspecjalizowane w obsłudze ruchu turystycznego, takie jak np. Las Vegas. W przestrzeni dużych miast przyjazdowy ruch turystyczny koncentruje się zazwyczaj w wybranych dzielnicach (obszarach), przede wszystkim centralnych (śródmiejskich) lub biznesowych, gdzie też jest zazwyczaj zlokalizowana większość obiektów noclegowych (Getz 1993).

Jak dotąd, nie wypracowano kryteriów wyodrębniania (określania) ośrodków turystycznych w grupie dużych miast. Wydaje się, że o ośrodku turystycznym w przypadku wielofunkcyjnych aglomeracji, także o charakterze różnego rzędu

metropolii, można mówić w sytuacji, kiedy przynajmniej w obrębie jednej z jej wyraźnie odróżniających się przestrzennie części (dzielnic, obszarów funkcjonalnych) turystyka stanowi główną lub jedną z głównych funkcji społeczno-gospodarczych. Przyjęcie przestrzenno-funkcjonalnego kryterium dawałoby możliwość odróżnienia jednostek miejskich, które nie mają charakteru ośrodka turystycznego, pomimo określonego poziomu rozwoju bazy noclegowej, a która nie funkcjonuje w powiązaniu z jego walorami turystycznymi, służąc obsłudze osób podróżujących tranzytem lub przyjeżdżających w celach *stricte* służbowych.

Funkcje i dysfunkcje turystyki w miastach

Przez funkcje turystyki rozumie się ogół oczekiwanych i rzeczywistych korzyści z jej rozwoju dla uczestników ruchu turystycznego oraz mieszkańców terenów przez nich odwiedzanych (Kurek, Mika 2007). Z punktu widzenia obszarów recepcyjnych korzyści z rozwoju turystyki mogą być rozpatrywane w aspektach: społecznym, kulturowym, ekonomicznym, przestrzennym i psychologicznym. Zazwyczaj za funkcje turystyki w miastach przyjmuje się: a) poprawę jakości życia mieszkańców, b) rewaloryzację dziedzictwa historycznego, c) aktywizację lokalnej gospodarki, d) rewaloryzację przestrzeni miejskiej, e) wzbogacenie wizerunku miasta (Kowalczyk 2003a). Ocena skutków rozwoju turystyki lub uczestnictwa w nich określonych osób jest ujmowana w kategoriach aksjologicznych.

Turystyka międzynarodowa jest nie tylko czynnikiem zmian poindustrialnych i nośnikiem globalnych postmodernistycznych rozwiązań gospodarczych, funkcjonalnych i organizacyjnych, a także źródłem unifikacji wzorców konsumpcji, potrzeb i zachowań turystycznych. W wymiarze gospodarczym jest postrzegana jako czynnik wspomagający rozwój całych miast lub poszczególnych jego dzielnic. Kształtowaniu się ich funkcji turystycznej towarzyszą modernizacyjne zmiany strukturalne, związane przede wszystkim z nowymi inwestycjami turystycznymi oraz przystosowaniem dla celów turystyczno-rekreacyjnych obszarów, dzielnic i obiektów pełniących wcześniej funkcje przemysłowe lub inne niezwiązane z turystyką (Kaczmarek 2001). W rezultacie złożonych procesów przystosowawczych obserwuje się z jednej strony przekształcania centralnych części miast w „dzielnice wolnego czasu”, w kierunku dominacji funkcji administracyjnych, kulturalnych, rekreacyjno-turystycznych i handlowych, a z drugiej adaptację terenów i obiektów poprzemysłowych na cele handlowo-usługowe i turystyczno-biznesowe (kongresowe, wystawiennicze).

Bezpośrednie inwestycje prowadzone przez międzynarodowe systemy hotelowe w dużych aglomeracjach Europy Środkowo-Wschodniej należą do ich najważniejszych bodźców modernizacyjnych. Jak wskazują A. Matczak i M. Baczwarow (2004), procesy transformacyjne oraz lokalizacje hotelowe w tych miastach są silnie sprzężone z innymi czynnikami ich rozwoju, takimi jak: postępujące procesy metropolizacji, włączenie ich w system wielostronnej wymiany światowej, czy rozbudowa portów lotniczych obsługujących zagraniczny ruch pasażerski. Nie bez znaczenia jest także szybki zwrot poniesionych nakładów inwestycyjnych

w branży hotelowej oraz duże zyski, co z kolei jest rezultatem istniejącego już stanu rozwoju turystyki i wskazuje prawidłowość polegającą na tym, że szybciej pod względem turystycznym rozwijają się te miasta w Europie Środkowo-Wschodniej, które dysponują już określonym poziomem rozwoju funkcji turystycznej.

Ważna funkcja turystyki na obszarach recepcyjnych wynika z oferowania przez podmioty turystyczne i inne usługowe możliwości zatrudnienia dla mieszkańców. Oczekuje się, że poprzez inwestycje turystyczne dojdzie do zakorzenienia się w gospodarce miasta międzynarodowych podmiotów gospodarczych i powiązania ich działalności z podmiotami lokalnymi, w różnych formach organizacyjnych i przestrzenno-funkcjonalnych, np. gron (klastrow) czy skupień, w celu maksymalizacji efektów mnożnikowych. Normatywne podejście do rozwoju turystycznego miast wynika z oczekiwanych kumulacyjnych efektów tego rozwoju i powiązania go z innymi sferami życia społecznego i gospodarczego miasta, aby osiągnąć efekt jego samopodtrzymywania (samonapędzania) (Domański 2001b). Z kolei skala zaangażowania kapitału zagranicznego i zakres inwestycji zagranicznych w bazę turystyczną i towarzyszącą mogą być uważane za jedno ze wskaźników określających stopień internacjonalizacji lokalnej gospodarki turystycznej i jej globalnego charakteru.

Z rozwojem turystyki, szczególnie o charakterze masowym, są związane liczne niekorzystne zjawiska, często o cechach społecznej patologii. Zakres, sposób oraz intensywność turystycznego użytkowania przestrzeni miasta stoi często w konflikcie z innymi jego funkcjami lub funkcjami poszczególnych dzielnic, np. z funkcjami mieszkalnymi, przemysłowymi czy leczniczymi. Podstawowym źródłem sytuacji konfliktowych związanych z turystyką jest współużytkowanie tych samych fragmentów przestrzeni miast przez turystów i jego mieszkańców. Przystosowanie (zagospodarowanie) tych samych obszarów na cele masowej turystyki, przy jednoczesnym działaniu w kierunku realizacji potrzeb ludności miejscowej jest, z punktu widzenia władz lokalnych, zadaniem szczególnie trudnym, bowiem sposoby i formy realizacji potrzeb przez obie grupy mają tendencję do wzajemnego wykluczania się. Ruch turystyczny w miastach wykazuje skłonność do silnej koncentracji w miejscach najbardziej atrakcyjnych. Stwarza to określone problemy społeczne i organizacyjne. Obniża także jakość warunków realizacji potrzeb turystów i wpływa na poziom ich satysfakcji. Miejsca i obiekty najintensywniej użytkowane turystycznie stają się mniej dostępne, na skutek przekraczania ich pojemności, podlegają silnej antropopresji, nierzadko degradacji, a ich wartość użytkowa z czasem ulega dewaluacji. Infrastruktura miejska bywa sezonowo przeciążona i mniej wydolna. Z kolei zainteresowanie inwestycjami hotelowymi w centrum miast podnosi ceny gruntu, co przekłada się także na wzrost kosztów wynajmu lokali usługowych i ogólny wzrost cen towarów konsumpcyjnych. W relacji społeczność lokalna – turyści dochodzi nierzadko do przekroczenia pojemności socjopsychologicznej i obniżenia poziomu akceptacji wśród mieszkańców dalszego rozwoju turystyki, szczególnie w sytuacji kolizji funkcji turystycznej z funkcją mieszkaniową dzielnic.

Konkurencyjność turystyczna

Zagadnienia konkurencji i konkurencyjności miast, w tym także miast turystycznych, ma charakter złożony. Ekonomicznie pojmowana konkurencja opisuje sytuację na rynku, kiedy podmioty gospodarcze w dążeniu do realizacji własnych interesów współzawodniczą między sobą w zawieraniu transakcji poprzez przedstawianie korzystniejszych ofert rynkowych. Pojęcie konkurencyjności w prostym rozumieniu określa zdolność podmiotu gospodarczego do konkurowania z innymi (Nieżgoda 2006). Postrzeganie rozwoju miast w kontekście ich konkurencyjności ma swoje źródło w nadawaniu przestrzeni i jej zasobom wartości rynkowej (Rutkowska-Gurak 2009). Przedmiotem konkurencyjności (rywalizacji) miast są wszelkie czynniki wzrostu, z których podstawowe znaczenie mają inwestycje tworzące nowe miejsca pracy i generujące najwyższe efekty mnożnikowe, co w polskich warunkach dotyczy przyciągania bezpośrednich inwestycji zagranicznych, ale także zasoby ludzkie, kapitał, lokalizacja siedzib międzynarodowych instytucji, organizacja dużych imprez sportowych, kulturalnych i in. Rezultatem ujmowania rozwoju miast w kontekście współzawodnictwa jest porównawcze wartościowanie jego poziomu, funkcji i cech (Parysek 2005) oraz pozycjonowanie ośrodków miejskich z punktu widzenia przyjętych kryteriów oceny, z późniejszym upublicznieniem tego w formie list rankingowych.

W warunkach gospodarki wolnorynkowej, swobody przemieszczania się i wyboru miejsca docelowego podróży turystycznych obszary recepcji turystycznej są zmuszone do rywalizacji o turystów. Problem ten jest szczególnie ważny dla miejscowości o wysoko rozwiniętej funkcji turystycznej, których gospodarka lokalna jest w znacznym stopniu uzależniona od środków finansowych pochodzących z wydatków turystycznych. W takiej sytuacji konkurencyjność turystyczna miast może być rozumiana jako ich zdolność do przyciągania ruchu turystycznego oraz trwałego i długookresowego rozwoju funkcji turystycznej w warunkach konkurencji ze strony innych miejskich ośrodków turystycznych. Celem działań konkurencyjnych jest uzyskanie przewagi konkurencyjnej na krajowym lub międzynarodowym rynku turystycznym w zależności od rangi miasta w systemie recepcji turystycznej. Wzrost wielkości ruchu przyjazdowego jest także uważany za czynnik poprawy ogólnego wizerunku miasta i jego pozycji konkurencyjnej w ujęciu ogólnogospodarczym.

Z geograficznego punktu widzenia relacje pomiędzy miejscowościami turystycznymi w aspekcie rywalizowania (konkurowania) o ruch turystyczny powinny być rozpatrywane w różnych zakresach przestrzennych: a) konkurencji regionalnej, pomiędzy miejscowościami turystycznymi położonymi w obrębie regionu turystycznego bądź regionów sąsiadujących, b) konkurencji ogólnokrajowej, c) konkurencji międzynarodowej – regionalnej (kontynentalnej) i globalnej (Kurek, Mika 2008).

Jak już uprzednio wskazano, wpływ na turystyczny rozwój miast ma wiele czynników natury wewnętrznej i zewnętrznej. Jednak w kontekście ich rywalizacji o przyjazdowy ruch turystyczny szczególnego znaczenia nabierają takie kwe-

stie jak: a) zewnętrzna dostępność komunikacyjna miasta, b) jego atrakcyjność turystyczna, c) poziom rozwoju gospodarczego, d) pozycja w systemie miast turystycznych, e) ranga funkcji turystycznej w strukturze funkcjonalnej, f) lokalizacja obiektów hotelowych należących do sieci i systemów globalnych, g) możliwość wykorzystania nowych zasobów na cele turystyczne, h) zdolność do podejmowania działań innowacyjnych przez podmioty turystyczne i sfer gospodarczych z nią powiązanych, i) poziom miejskiej polityki turystycznej, j) aktywność instytucji zaangażowanych w rozwój turystyki, k) wizerunek marketingowy miasta (Kurek, Mika 2008).

Uzupełniając wymienione uprzednio czynniki kształtowania przewagi konkurencyjnej miast, należy podkreślić duże znaczenie subiektywnej oceny ich potencjału turystycznego przez turystów oraz powiązania rozwoju turystyki na ich terenie z siecią atrakcji zlokalizowanych poza jego granicami i innymi miejscowościami turystycznymi. Oprócz czynników mających charakter endogeniczny, można także wskazać na szerokie spektrum uwarunkowań zewnętrznych, związanych z polityką państwa, sytuacją wewnętrzną i międzynarodową, uwarunkowaniami i kierunkami kształtowania się popytu turystycznego na obszarach emisyjnych, tendencjami na międzynarodowym rynku turystycznym i innych, a których przebieg determinuje wielkość i strukturę przyjazdowego ruchu turystycznego.

Rozwój turystyczny w warunkach konkurencji prowadzi do pozytywnych, z punktu widzenia turysty, zmian w przestrzeni miasta, a także dostępności i jakości usług. Nakłada to na przedsiębiorców konieczność stałych działań innowacyjnych. Konkurencja w skrajnych warunkach prowadzi do unifikacji lub też wyraźnego różnicowania cech, struktur, dynamiki lub poziomu rozwoju (Parysek 2005). Współcześnie unifikacji najszybciej podlegają łatwo adaptowalne wzorce globalne, zarówno w zakresie form, jak i rozwiązań organizacyjnych. Odpowiedzią na taki proces jest tendencja do różnicowania np. miejskich form architektonicznych, co z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej miasta jest zjawiskiem korzystnym. Coraz częściej wyrażany jest pogląd, że w przypadku miast w oddziaływaniu na popyt turystyczny, zmniejsza się rola podstawowych elementów potencjału turystycznego na rzecz nowych inwestycji oraz tzw. sfery kreatywnej, związanej z organizacją wydarzeń kulturalnych, sportowych, tworzeniem wizerunku dla celów marketingowych. Wydaje się, że zaangażowanie władz lokalnych oraz zdolność podmiotów gospodarczych do szybkiego reagowania na ofertę ośrodków konkurencyjnych i zmieniający się popyt turystyczny stanowią podstawę trwałego rozwoju miejscowości turystycznych i funkcjonalnie z nim powiązanego otoczenia. W przypadku miast turystycznych skuteczne działania konkurencyjne mogą przyczynić się do uzyskania przez nie korzyści o charakterze cywilizacyjnym, a których ekonomicznym wyrazem będzie rosnąca efektywność całego organizmu miejskiego.

Turystyka jako przedmiot strategicznego zarządzania. Miejska polityka turystyczna

Trwały (zrównoważony, samopodtrzymujący), spełniający oczekiwania społeczności lokalnych oraz podmiotów gospodarczych rozwój turystyki w miastach wymaga zaangażowania władz samorządowych. Mimo że w wolnorynkowym modelu gospodarki zakłada się ograniczoną rolę władz w kształtowaniu zjawisk i stosunków gospodarczych, to jednak ze względu na fakt, że turystyka jest zjawiskiem złożonym, z którego wynikają różnorodne skutki w wielu sferach życia społecznego i gospodarczego jest konieczna koordynacja pewnych działań ze strony podmiotu zarządzającego określonym terytorium (Kozak 2009; Pawlusiński 2007c).

Ogół działań podejmowanych przez władze samorządowe miasta w procesie rozwojowym turystyki określa się mianem miejskiej polityki turystycznej (Kowalczyk 2003a; Pawlusiński 2007c). Jej nadrzędnym celem ma być stworzenie warunków dla właściwego rozwoju turystyki poprzez: a) działania promocyjne i marketing turystyczny miasta w celu wykreowania jego korzystnego wizerunku na rynku turystycznym, b) przygotowanie odmiennych, lecz uzupełniających się produktów turystycznych na bazie istniejących warunków i potencjału turystycznego, c) pobudzanie oraz inspirowanie działań na rzecz podnoszenia jakości oferowanych usług turystycznych, gastronomicznych i towarzyszących, d) opracowanie i późniejsze wdrażanie strategicznych celów oraz programów rozwoju turystyki, e) przystosowanie przestrzeni miasta do rozwoju funkcji turystycznej oraz poprawy jej jakości, atrakcyjności i różnorodności. Wśród innych działań w sferze turystyki można wskazać m.in.: wspieranie napływu inwestycji turystycznych, tworzenie struktur organizacyjnych działających na rzecz rozwoju turystyki, zapewnienie bezpieczeństwa turystom, czy prowadzenie ewidencji obiektów noclegowych. Do realizacji polityki turystycznej władze lokalne wykorzystują odpowiednie instrumenty: planistyczne, prawne, finansowe, instytucjonalne oraz promocyjno-informacyjne (Pawlusiński 2007c).

W przypadku polskich miast podstawowy zakres działań powinien dotyczyć przede wszystkim sfery tworzenia lokalnego prawa, planowania strategicznego oraz prowadzenia inwestycji tworzących warunki do lokalizacji obiektów turystycznych lub mających znaczenie dla turystyki. Rolę stymulatora i propagatora, często wręcz inicjatora rozwoju funkcji turystycznej, przejmują władze lokalne zazwyczaj w miastach małych. Natomiast w większych ośrodkach decydujące znaczenie ma zaangażowanie podmiotów gospodarczych sektora turystycznego, w tym szczególnie branży hotelowej. Zakres, kierunek oraz tempo rozwoju turystycznego dużych miejskich ośrodków turystycznych w Polsce jest obecnie uzależnione od finansowego zaangażowania międzynarodowych koncernów gospodarczych oraz realizacji przez nie konkretnych inwestycji turystycznych lub innych, lecz z punktu widzenia turystyki istotnych, np. wielofunkcyjne obiekty handlowo-rozrywkowe.

Odpowiednio prowadzonej polityki turystycznej wymagają od władz miejskich także gestorzy obiektów hotelowych, gastronomicznych oraz inni usługodawcy

turystyczni, szczególnie w odniesieniu do dystrybucji informacji oraz organizacji masowych imprez kulturalnych i sportowych, czyli takiego spektrum działań, które są ukierunkowane na przyciągnięcie turystów. Rola administracji miejscowej jest dostrzegana także z punktu widzenia działań na rzecz budowania przewagi konkurencyjnej miasta w stosunku do innych ośrodków turystycznych, np. kreowania marketingowego wizerunku. Zaangażowanie władz lokalnych odgrywa szczególnie ważną rolę w wypadku miast decydujących się na rozwijanie turystyki jako strategicznej dziedziny gospodarki oraz „dojrzałych” rozwojowo i „stagnujących” ośrodków turystycznych.

Omówione w rozdziale zagadnienia nie wyczerpują ogółu problemów badawczych, które jawią się w kontekście rozwoju i funkcjonowania miejskich ośrodków turystycznych. Ukazane zostały te kwestie problemowe, które wyznaczają współczesne ramy i pole badań geograficznych i nie tylko nad relacjami między ruchem turystycznym a miastem jako obszarem jego recepcji, a mające kluczowe znaczenie w świetle wdrażania i kształtowania trwałego rozwoju ich funkcji turystycznej. Turystyka jako zjawisko wielopłaszczyznowe wymaga szerokiego podejścia analitycznego, które nieraz musi wykraczać poza przyjęty zakres badawczy jednej dyscypliny naukowej. W minionym czasie wiele nadziei wiązano z interdyscyplinarnością badań, jednak doświadczenie i praktyka pokazały, że takie podejście – jak dotąd – nie przyniosło oczekiwanych efektów.